

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan sektor industri manufaktur yang cukup pesat. Salah satu sektor yang menunjukkan perkembangan signifikan adalah sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang termasuk dalam *Consumer Goods Industry* dan aktif diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (Amrulloh & Amalia, 2020). Indonesia juga merupakan negara yang memiliki potensi pasar yang besar, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perawatan diri dan kebutuhan rumah tangga. Kondisi ini tentu mendorong meningkatnya minat investor, baik domestik maupun asing terhadap perusahaan-perusahaan yang bergerak di sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga.

Sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga mencakup berbagai produk, seperti kosmetik, parfum, perawatan rambut, serta makanan dan minuman. Tercatat terdapat tujuh perusahaan yang terdaftar sebagai emiten di Bursa Efek Indonesia, antara lain PT Akasha Wira International Tbk (ADES), PT Kino Indonesia Tbk (KINO), PT Cottonindo Ariesta Tbk (KPAS), PT Martina Berto Tbk (MBTO), PT Mustika Ratu Tbk (MRAT), PT Mandom Indonesia Tbk (TCID), dan PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR). Dalam kehidupan modern, kosmetik telah menjadi kebutuhan sehari-hari yang tidak terpisahkan dari masyarakat. Kosmetik tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan penampilan, tetapi juga berperan penting dalam menjaga kesehatan kulit dan kebersihan tubuh,

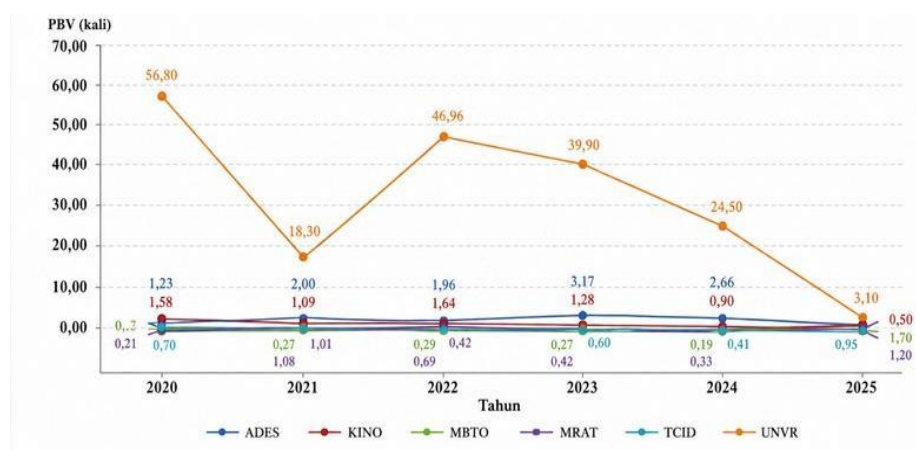
khususnya di Indonesia yang beriklim tropis dengan kondisi panas dan lembab (Adinda Indriani, 2021).

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk kosmetik dan perawatan tubuh, industri kosmetik di Indonesia terus mengalami perkembangan yang cukup pesat. Kondisi tersebut tercermin dari peningkatan nilai pasar kosmetik nasional dari tahun ke tahun, sehingga menunjukkan bahwa sektor ini memiliki potensi yang besar dalam mendukung pertumbuhan industri manufaktur dan menarik minat investor.

kosmetik dan personal care di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun selama periode 2020–2025. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap produk kosmetik dan perawatan diri semakin tinggi. Pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia juga didukung oleh perkembangan teknologi digital, media sosial, serta meningkatnya penjualan produk kecantikan melalui e-commerce. Selain itu, munculnya berbagai merek lokal turut mendorong persaingan industri kosmetik menjadi semakin berkembang. Dengan demikian, perkembangan industri kosmetik yang terus meningkat tersebut juga turut mendorong perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan agar tetap mampu menarik minat investor.

Nilai perusahaan merupakan gambaran kondisi perusahaan yang mencerminkan tingkat kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan (Munzir et al., 2023). Nilai perusahaan umumnya tercermin dari harga saham di pasar modal, di mana semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula penilaian investor terhadap perusahaan. Peningkatan

perkembangan industri kosmetik tersebut mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja agar mampu mempertahankan nilai perusahaan di mata investor. Namun, tingginya pertumbuhan industri tidak selalu diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2025 yang disajikan pada Grafik 1.1 berikut.



Sumber: Data diolah 2026

Gambar 1. 1 Perkembangan PBV Perusahaan Tahun 2020-2025

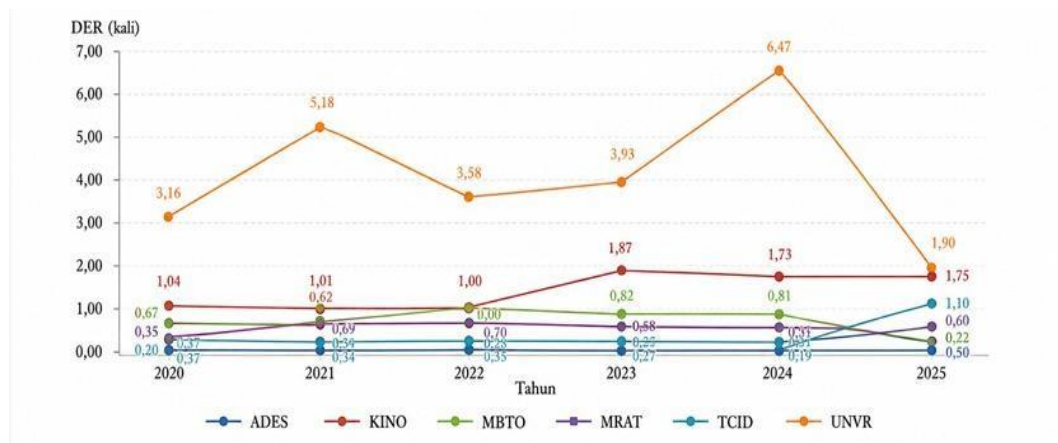
Berdasarkan gambar grafik 1.1 di atas menunjukkan bahwa nilai perusahaan yang diukur dengan *Price to Book Value* (PBV) pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020-2025 mengalami fluktuasi. PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR) memiliki nilai PBV tertinggi dibandingkan perusahaan lainnya, meskipun cenderung menurun dari 56.30 pada tahun 2020 menjadi 3.10 pada tahun 2025. Sementara itu perusahaan lainnya menunjukkan

nilai PBV yang relatif rendah dengan pergerakan yang berfluktuasi dari tahun ke tahun.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa perkembangan industri yang terus meningkat tidak selalu diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan. Beberapa perusahaan masih mengalami fluktuasi nilai perusahaan yang dapat dipengaruhi oleh kondisi keuangan maupun kebijakan perusahaan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya struktur modal, profitabilitas, dan tata kelola perusahaan.

Struktur modal merupakan perbandingan antara penggunaan utang dan modal sendiri dalam pendanaan perusahaan. Struktur modal yang tidak optimal dapat meningkatkan risiko keuangan perusahaan dan menurunkan kepercayaan investor (Purbawangsa, et al., 2022). Dalam penelitian ini, struktur modal diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). DER yang terlalu tinggi menunjukkan tingginya penggunaan utang sehingga berpotensi menurunkan nilai perusahaan (Anggraini, 2023). Kondisi tersebut berpotensi menurunkan laba serta melemahkan kepercayaan investor, sehingga berdampak negatif terhadap nilai perusahaan (Listyawati & Kristiana, 2020).

Fenomena struktur modal pada perusahaan subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga menunjukkan masih adanya perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi dibandingkan modal sendiri. Kondisi ini dapat meningkatkan beban perusahaan dan memengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan. Perkembangan struktur modal perusahaan selama periode penelitian dapat dilihat pada Grafik 1.2 berikut.



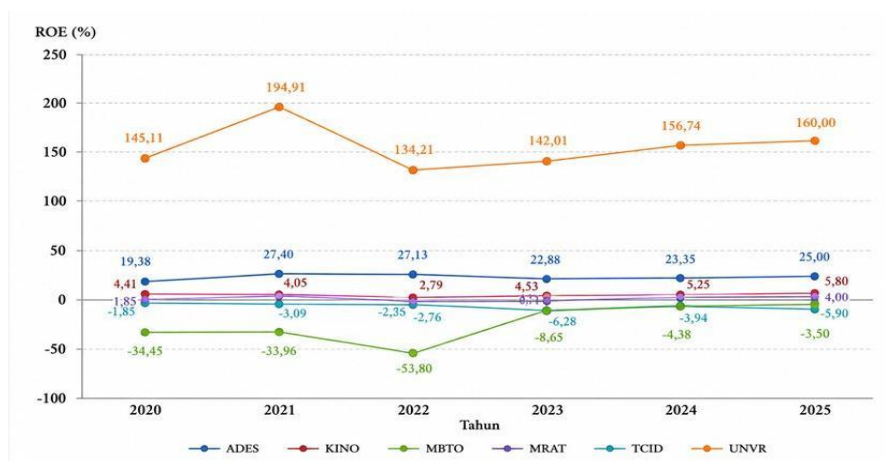
Sumber: Data diolah, 2026

Gambar 1. 2 Perkembangan DER Perusahaan Tahun 2020-2025

Berdasarkan Grafik 1.2 menunjukkan bahwa Debt to Equity Ratio (DER) perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga selama periode 2020–2025 mengalami fluktuasi. PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) memiliki nilai DER tertinggi dibandingkan perusahaan lainnya, yaitu sebesar 6,47 kali pada tahun 2024. Sementara itu, PT Kino Indonesia Tbk (KINO) juga menunjukkan tingkat DER yang relatif tinggi dan berada di atas 1 kali pada beberapa periode. Di sisi lain, PT Akasha Wira International Tbk (ADES) dan PT Mustika Ratu Tbk (MRAT) cenderung memiliki nilai DER yang lebih rendah dibandingkan perusahaan lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan adanya perbedaan struktur pendanaan antar perusahaan yang dapat memengaruhi risiko keuangan serta penilaian investor terhadap nilai perusahaan.

Selain struktur modal, profitabilitas juga merupakan faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasional yang dijalankan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin besar kepercayaan

investor terhadap prospek perusahaan. Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan *Return on Equity* (ROE). ROE adalah indikator yang digunakan untuk menilai efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan aset guna menghasilkan laba (Munzir *et al.*, 2023). Perusahaan yang mampu menghasilkan laba secara tinggi dan stabil cenderung lebih menarik bagi investor karena mencerminkan kinerja keuangan yang kuat dan berkelanjutan. Kondisi tersebut menjadi sinyal positif bagi investor mengenai prospek pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan di masa depan, sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap potensi keuntungannya (Rosid, *et al.*, 2022). Namun, pada beberapa perusahaan subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga masih terjadi penurunan laba pada periode tertentu yang menyebabkan profitabilitas perusahaan mengalami fluktuasi. Perkembangan profitabilitas perusahaan yang diukur menggunakan *Return on Equity* (ROE) sebagaimana pada Grafik 1.3 berikut.



Sumber: data diolah 2026

Gambar 1. 3 Perkembangan ROE Perusahaan Tahun 2020-2025

Berdasarkan Grafik 1.3 menunjukkan bahwa Return on Equity (ROE) pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah

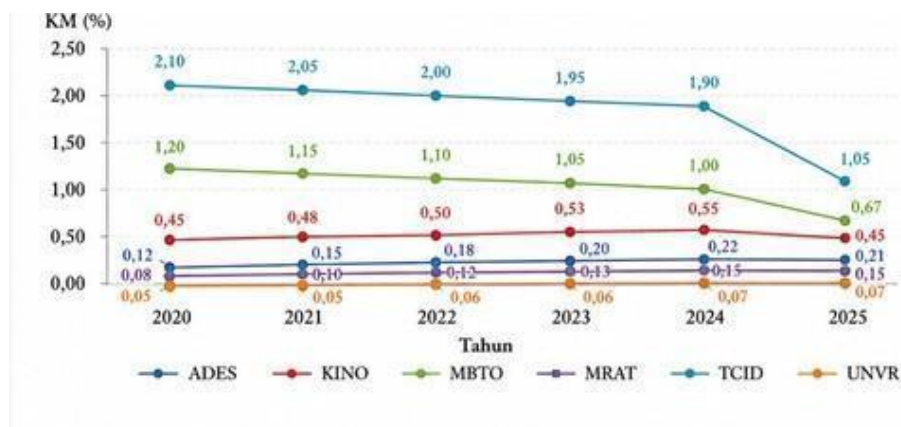
tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2025 mengalami fluktuasi. PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) memiliki nilai ROE tertinggi dibandingkan perusahaan lainnya, yaitu sebesar 145,11% pada tahun 2020 dan meningkat menjadi 194,91% pada tahun 2021. Meskipun mengalami penurunan menjadi 134,21% pada tahun 2022, nilai ROE UNVR kembali meningkat hingga mencapai 160,00% pada tahun 2025.

PT Akasha Wira International Tbk (ADES) menunjukkan tingkat ROE yang relatif stabil dan berada pada kisaran 19,38% hingga 27,40% selama periode penelitian. Sementara itu, PT Kino Indonesia Tbk (KINO) memiliki ROE positif namun relatif rendah, yaitu berkisar antara 4,05% hingga 7,81%. Berbeda dengan perusahaan lainnya, PT Martina Berto Tbk (MBTO) mengalami ROE negatif selama periode penelitian, bahkan mencapai nilai terendah sebesar -53,80% pada tahun 2022. PT Mustika Ratu Tbk (MRAT) juga mengalami penurunan kinerja profitabilitas yang ditunjukkan dengan ROE negatif sejak tahun 2023. Selain itu, PT Mandom Indonesia Tbk (TCID) menunjukkan tren penurunan ROE hingga mencapai -5,90% pada tahun 2025.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba masih mengalami perbedaan dan fluktuasi antar perusahaan. Perbedaan tingkat profitabilitas tersebut diduga dapat memengaruhi persepsi investor terhadap prospek perusahaan sehingga berdampak pada penilaian investor terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang diduga memengaruhi nilai perusahaan adalah tata kelola perusahaan. Tata kelola perusahaan adaah seperangkat aturan dan mekanisme

yang dirancang untuk mengarahkan dan mengendalikan aktivitas perusahaan agar berjalan secara efektif dan bertanggung jawab (Purbawangsa, et al., 2022). Tata kelola perusahaan yang baik dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Dalam penelitian ini, tata kelola perusahaan disebut dengan kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial menunjukkan besarnya nilai saham perusahaan yang dimiliki oleh pihak manajemen. Semakin besar kepemilikan manajerial, maka semakin besar pula dorongan bagi manajemen untuk meningkatkan kinerja perusahaan karena kepentingan manajemen akan sejalan dengan kepentingan pemegang saham (Purbawangsa, et al., 2022). Namun, pada praktiknya masih terdapat perbedaan tingkat kepemilikan manajerial antar perusahaan yang dapat memengaruhi efektivitas tata kelola perusahaan. Perkembangan kepemilikan manajerial perusahaan selama periode penelitian dapat dilihat pada Grafik 1.4 berikut.



Sumber: Data diolah, 2026

**Gambar 1. 4 Perkembangan KM Perusahaan
Tahun 2020-2025**

Berdasarkan Grafik 1.4 menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial (KM) pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2025

mengalami variasi antar perusahaan. Perbedaan tingkat kepemilikan manajerial tersebut menunjukkan adanya perbedaan keterlibatan pihak manajemen dalam kepemilikan saham perusahaan.

PT Mandom Indonesia Tbk (TCID) memiliki tingkat kepemilikan manajerial tertinggi dibandingkan perusahaan lainnya. Nilai kepemilikan manajerial TCID cenderung mengalami penurunan dari 2,10% pada tahun 2020 menjadi 1,05% pada tahun 2025. PT Martina Berto Tbk (MBTO) juga memiliki tingkat kepemilikan manajerial yang relatif tinggi, meskipun mengalami penurunan secara bertahap dari 1,20% pada tahun 2020 menjadi 0,67% pada tahun 2025. Sementara itu, PT Kino Indonesia Tbk (KINO) menunjukkan peningkatan kepemilikan manajerial dari 0,45% pada tahun 2020 menjadi 0,55% pada tahun 2024, sebelum kembali menurun menjadi 0,45% pada tahun 2025. PT Akasha Wira International Tbk (ADES) mengalami peningkatan kepemilikan manajerial dari 0,12% pada tahun 2020 menjadi 0,22% pada tahun 2024, kemudian sedikit menurun menjadi 0,21% pada tahun 2025. PT Mustika Ratu Tbk (MRAT) juga menunjukkan tren peningkatan dari 0,08% pada tahun 2020 menjadi 0,15% pada tahun 2025.

Di sisi lain, PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) memiliki tingkat kepemilikan manajerial terendah dibandingkan perusahaan lainnya, yaitu berkisar antara 0,05% hingga 0,07% selama periode penelitian. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepemilikan manajerial pada perusahaan subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga masih bervariasi, sehingga diduga

dapat memengaruhi efektivitas tata kelola perusahaan dan pada akhirnya berdampak terhadap nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda terkait pengaruh struktur modal, profitabilitas, dan tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Wardoyo dan Fauziah (2024) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut penelitian Suastra et al.(2023)struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Suastra et al. (2023) juga menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, tetapi Hidayat & Khotimah(2022) menyatakan tidak berpengaruh signifikan. Selain itu, Yulianti et al. (2024) menemukan *corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan Kusbandiyah et al. (2024) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu *corporate governance* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan,

Adanya fenomena dan perbedaan hasil penelitian tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian kembali mengenai pengaruh struktur modal, profitabilitas, dan tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Tata Kelola Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Struktur Modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI?
3. Apakah Tata Kelola Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI?

1.3 Tujuan Penelitian

Menurut rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah Struktur Modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI.
2. Untuk menganalisis apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI.

3. Untuk menganalisis apakah Tata Kelola Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara konsep, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat signifikan sebagai sumber data yang dapat digunakan untuk mengatasi berbagai permasalahan yang muncul di dalam sebuah perusahaan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat berfungsi sebagai acuan penting dalam memahami berbagai faktor yang berperan dalam menentukan nilai sebuah perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berguna sebagai alat bantu pemecahan masalah, tetapi juga sebagai referensi yang komprehensif untuk mengenali aspek-aspek yang memengaruhi nilai perusahaan secara keseluruhan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Pemegang Saham Temuan dari penelitian ini dapat menjadi sumber pertimbangan penting bagi para investor ketika hendak membuat keputusan investasi. Melalui hasil yang diperoleh, investor memiliki kesempatan untuk mengevaluasi secara lebih mendalam kondisi pasar saat ini, mengenali tren yang berkembang di dalam industri, serta menilai

performa dan kinerja perusahaan secara keseluruhan sehingga keputusan investasi yang diambil lebih tepat dan terinformasi.

2. Bagi Peneliti Kajian ini memberikan kontribusi signifikan dalam memperluas wawasan serta memperdalam konsep dan teori yang berkaitan dengan bidang manajemen keuangan, khususnya yang menyangkut struktur modal, tingkat profitabilitas, dan mekanisme tata kelola perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga membantu dalam memahami hubungan yang kompleks antara faktor-faktor tersebut dengan nilai perusahaan, yang menjadi aspek penting dalam studi keuangan modern.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya Evaluasi yang telah dilakukan diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu referensi yang berguna bagi para peneliti yang akan melanjutkan kajian di bidang nilai perusahaan. Hasil dan metode yang dipakai dalam penelitian ini dapat memberikan landasan teoritis maupun praktis yang kuat, sekaligus membuka peluang untuk pengembangan penelitian lebih lanjut dengan pendekatan dan variabel yang mungkin berbeda.